



Guía de Uso de la Base de Datos Sociological Abstracts (Plataforma Proquest)

- 1.- Introducción.**
- 2.- Acceso.**
- 3.- Pantalla principal.**
- 4.-Tipos de búsqueda.**
- 5.- Pantalla de resultados.**
- 6.- Gestión de los resultados: imprimir, exportar, enviar por e-mail, citar, etc.**
- 7.- Tesauro.**
- 8.- Creación de alertas y RSS.**
- 9.- Área personal.**

1.- INTRODUCCIÓN

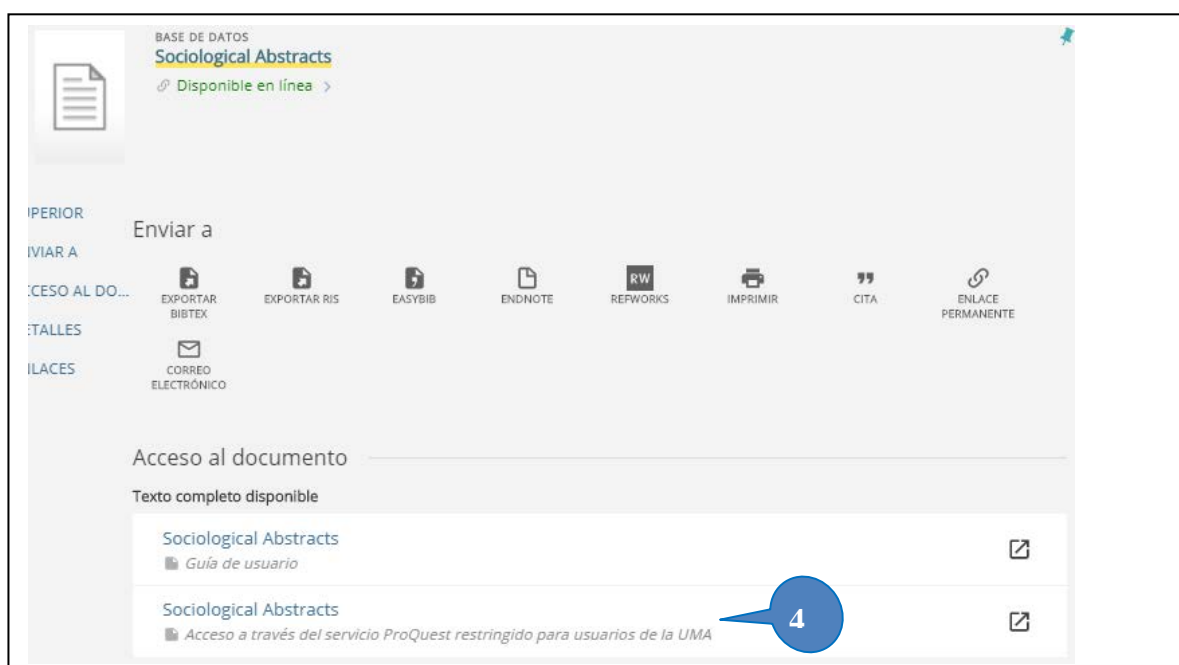
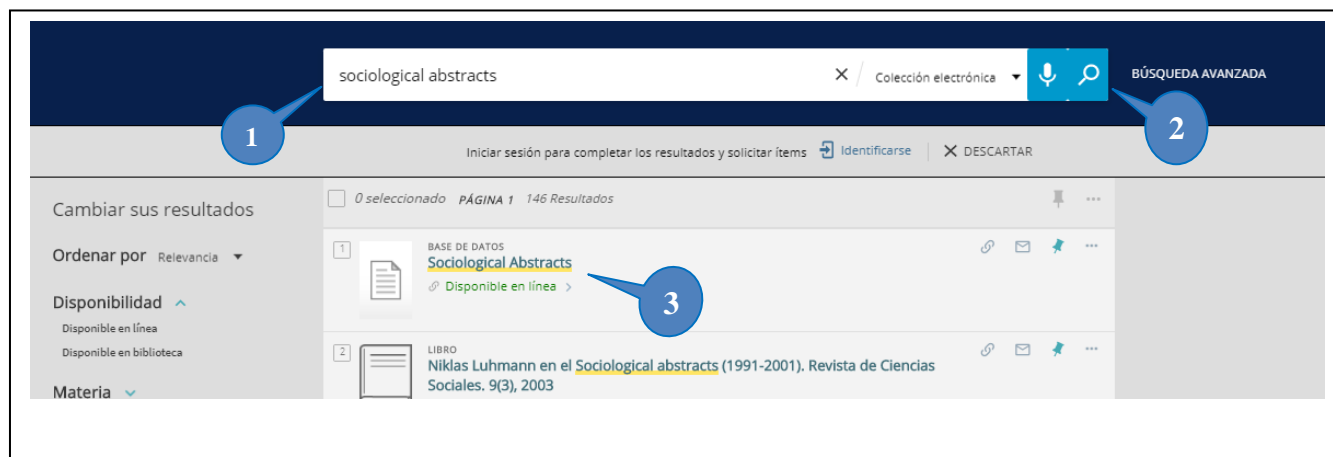
Sociological Abstracts contiene resúmenes e índices de la bibliografía internacional de libros, capítulos de libros, tesis, etc. de más de 1.800 publicaciones seriadas relacionadas con las ciencias sociales y del comportamiento. Su cobertura abarca desde 1952 hasta la actualidad, indizando más de 900.000 registros bibliográficos.

Más concretamente, sus principales áreas temáticas versan sobre cultura y estructura social, familia y bienestar, historia y teoría sociológica, metodología de la investigación, estudios sobre la mujer, sociología rural y urbana, etc.

Muchos registros de publicaciones clave en sociología, agregados a la base de datos desde 2002, también incluyen las referencias citadas en la bibliografía del artículo de origen.

2.- ACCESO

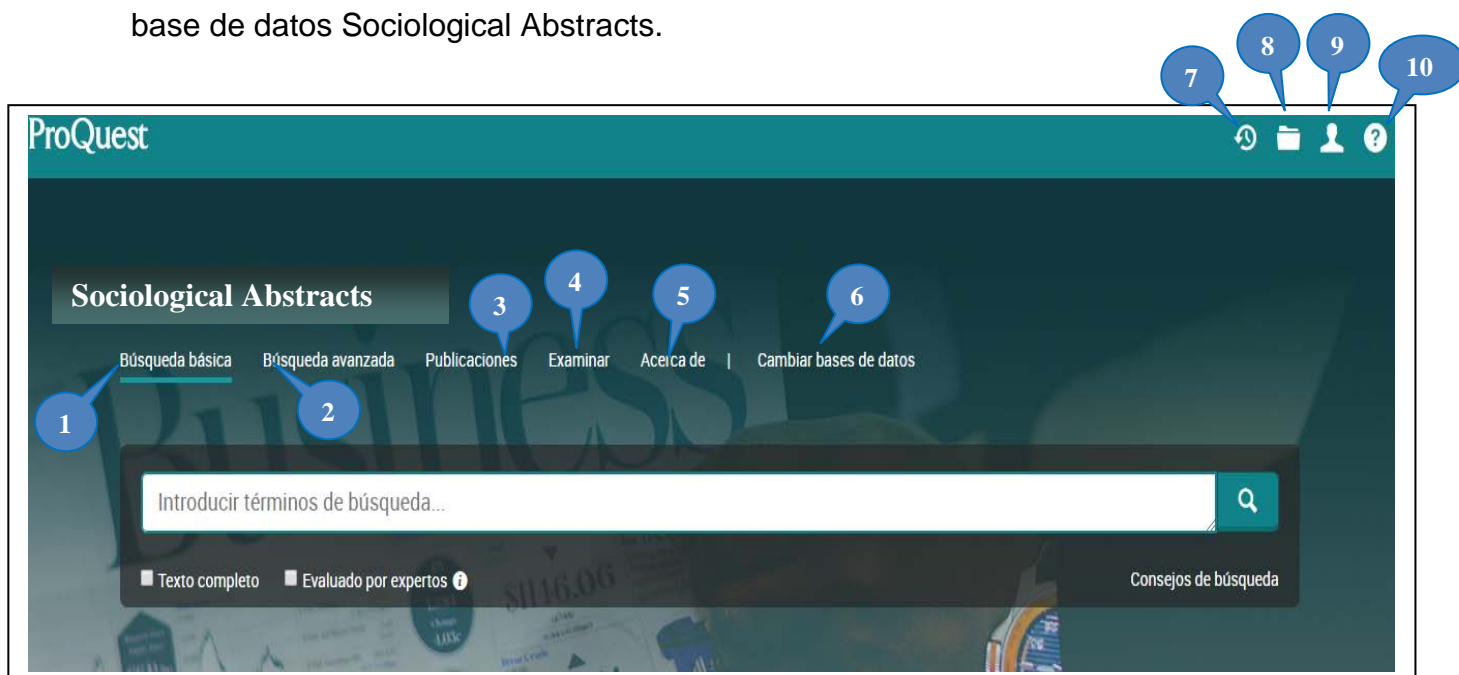
Se accede al través del Catálogo Jábega <http://jabega.uma.es>.



1. Buscar por el título de la base de datos: “Sociological Abstracts”.
- 2 Enviar.
3. Pinchar en el resultado obtenido.
4. Acceder a la base con “acceso a través del servicio Proquest restringido para usuarios de la UMA”
5. Identificación con claves DUMA (cuenta de correo electrónico y contraseña de la UMA).

3.- PANTALLA PRINCIPAL

Desde la pantalla principal se puede acceder a todas las funcionalidades de la base de datos Sociological Abstracts.



1. **Búsqueda básica.** Formulario para realizar búsquedas sencillas en diferentes campos simultáneamente. Es la opción definida por defecto en la base de datos.
2. **Búsqueda Avanzada.** Para realizar consultas más complejas.
3. **Publicaciones.** Listado alfabético a todas las publicaciones suscritas.
4. **Examinar.** Visualiza contenidos destacados.
5. **Acerca de.** Información sobre el contenido de la base de datos.
6. **Cambiar bases de datos.** Para elegir otras bases de datos de la plataforma Proquest.
7. **Búsquedas recientes.** Se almacenan todas las consultas realizadas durante una sesión.
8. **Entradas seleccionadas.** Número de documentos seleccionados tras realizar una consulta.
9. **Área personal.** Espacio donde cada usuario puede recopilar citas, enviar por correo, imprimir documentos, etc. de forma permanente. Previamente es necesario registrarse.
10. **Ayuda y asistencia.** Centro de asistencia.

4.- TIPOS DE BÚSQUEDAS

Búsqueda Básica

Es apropiada para realizar consultas sencillas. Funciona de manera parecida a los buscadores tradicionales de Internet. La base de datos busca la información por el término o términos elegidos, en diferentes campos simultáneamente: autor, nombre de persona, nombre del producto, título del documento, materia, nombre de la empresa, fuente (título de la publicación) y nombre geográfico.

Sociological Abstracts

Búsqueda básica Búsqueda avanzada Publicaciones Examinar Acerca de | Cambiar bases de datos

Introducir términos de búsqueda...

☐ Texto completo ☐ Evaluado por expertos

Consejos de búsqueda

Búsqueda Avanzada

Permite crear, de manera fácil, estrategias más complejas de búsqueda y obtener unos resultados más exhaustivos. Ello se consigue gracias a la combinación de términos en el **formulario de consulta**, junto con los **campos de búsqueda** y los **operadores booleanos**. Si se quiere concretar más la búsqueda se pueden utilizar los **limitadores**.

Sociological Abstracts

Busqueda básica Busqueda avanzada Publicaciones Examinar Acerca de | Cambiar bases de datos

Búsqueda avanzada Línea de comandos Tesauro Códigos de campo Consejos de búsqueda

brand

en Título del documento - TI

en Título del documento - TI

AND loyalty

+ Añadir fila

Limitar a: ☐ Texto completo ☐ Evaluado por expertos


Fecha de publicación: Todas las fechas

Buscar Borrar opción

Empresa/organización: Consultar Empresas/organizaciones

Código NAICS: Consultar Códigos NAICS

Código de clasificación: Consultar Códigos de clasificación

1. Formulario de consulta. Para buscar por los términos deseados, el formulario se pueden configurar hasta diez filas desde la opción 

2. Campos de consulta. La información de los documentos que contiene la base de datos está organizada en campos. Ello, a diferencia de los buscadores tradicionales de Internet, nos permite hacer búsquedas por cualquier dato que conozcamos del mismo. Campos:

- Todos los campos y texto completo.
- Todos los campos sin texto completo.
- Autores. Autor del documento.
- Encabezamiento como materia (Todos)
 - Empresa/organización.
 - Lugar.
 - Nombre del producto.
 - Persona.
- Resumen.
- Texto de documento.
- Título de la publicación.
- Título de documento.
- Clasificación. Números de 4 dígitos, desde 1100 a 9550. Cada número corresponde a una temática.
- Código NAICS. Códigos que definen una actividad empresarial.
- Etiqueta- TAG
- ISSN.
- Referencia
 - Autor citado
 - Fecha de la publicación citada.
 - Título de la publicación citada.
 - Título del documento citado.

3. Operadores booleanos. Los términos elegidos para realizar una búsqueda se pueden combinar con los siguientes operadores y, dependiendo de uno u otro, podemos obtener los siguientes resultados. Operadores:

- **“AND”.** Se obtendrían documentos que contengan **todos los términos de búsqueda** en el campo de búsqueda especificado (o en cualquier campo). Ejemplo: brand AND loyalty.
- **“OR”.** Se obtendrían documentos que contengan **cualquiera de los términos de búsqueda** en el campo de búsqueda especificado (o en cualquier campo). Ejemplo: Brand OR loyalty.
- **“NOT”.** Permite encontrar documentos que contengan el **primer término de búsqueda, pero no el segundo**, en el campo de búsqueda especificado (o en cualquier campo). Ejemplo: brand NOT loyalty. En este caso obtendríamos documentos sobre marcas, pero no desde el punto de vista de la lealtad a la marca.

Otros operadores:

- **NEAR/n.** Permite buscar documentos que contengan dos términos de búsqueda, en cualquier orden, separados por un número de palabras especificado. Reemplace "n" por un número. En el ejemplo, 3 significa "en las 3 palabras adyacentes". Ejemplo: brand NEAR/3 loyalty.
- **PRE/n.** Permite buscar documentos que contengan un término de búsqueda que aparezca respetando el orden establecido. en las "n" palabras anteriores a este. Ejemplo: brand PRE/3 loyalty. Reemplace 'n' por un número. En el ejemplo, 4 significa que el primer término está situado entre las 4 palabras (o menos) anteriores al segundo término.
- **EXACT.** Permite buscar el término de búsqueda exacto. Se usa principalmente para buscar en campos específicos, como Materia. Por ejemplo, una búsqueda de **su.exact("brand loyalty")** obtendrá documentos que contengan la materia "brand loyalty".

4. Limitadores y Opciones de búsqueda. Desde este formulario se puede limitar, todavía más, la búsqueda realizada por las siguientes opciones:

- Texto completo.
- Evaluadas por expertos.
- Empresa/organización.
- Código NAICS.
- Código de clasificación.
- Lugar.
- Persona.
- Tipo de fuente.
- Tipo de documento.
- Idioma.

5. Caracteres especiales: comodines y truncamiento. Estos caracteres son útiles para buscar por palabras que se pueden escribir de distintas formas, o para buscar por familias de palabras, es decir, por palabras que comienzan por la misma raíz:

- Signo de interrogación (?). Es un comodín y se utiliza para sustituir un carácter de un término. Se pueden sustituir tantos caracteres como signos de interrogación utilicemos. Ejemplo: br??d

- Truncamiento (*). Permite recuperar variaciones de términos, reemplazando hasta diez caracteres al mismo tiempo. Ejemplo: bra*

5. PANTALLA DE RESULTADOS

Lanzada la consulta, la base de datos nos mostrará los resultados obtenidos en forma de listado de registros abreviados.

The screenshot shows the IBUMA search results page for the query "ti(brand) AND ti(loyalty)". The page displays 2,580 results. Callout 1 points to the result count. Callout 2 points to the search management links (Modificar búsqueda, Búsquedas recientes, Guardar búsqueda/alerta). Callout 3 points to the action buttons (citar, guardar, enviar, imprimir, exportar). Callout 4 points to the sorting dropdown (Ordenar por Relevancia). Callout 5 points to the filter sidebar (Limitar a: Texto completo, Artículos evaluados por expertos). Callout 6 points to the source type filter (Tipo de fuente: Revistas científicas, Tesis doctorales, Periódicos). Callout 7 points to the list of search results, which include titles, authors, and publication details.

1.- Número de resultados obtenidos en la búsqueda.

2.- Modificar búsqueda, búsquedas recientes, guardar búsqueda/alerta. Si los resultados obtenidos no se ajustan a lo que necesitamos se puede modificar la búsqueda. Desde aquí también se pueden recuperar búsquedas recientes y crear alertas.

3.- Área de gestión de los resultados. Donde los resultados se pueden citar, guardar en el área personal, enviar, imprimir y exportar/guardar. Estos botones se activan una vez se han marcado las entradas.

4.- Orden de los resultados. Por defecto, la base de datos muestra los resultados por orden de relevancia. También los puede mostrar cronológicamente, según la fecha de publicación de los mismos.

5.- Selección de registros. De todos los resultados obtenidos, podemos seleccionar aquellos registros que más se ajusten a nuestra búsqueda para después gestionarlos según nuestras preferencias: imprimir, exportar, enviar por e-mail, etc.

6.- Tipo de fuente. Iconos que representan al tipo de documento recogido en la lista: revistas científicas, revistas profesionales, tesis, periódicos, etc.

7.- Listado abreviado de resultados.

1. Florida Business Consulting Putting Pressure On Industry Leaders To Focus Brand Loyalty In 2018: Brand loyalty is the Holy Grail for businesses. With Miami-based Florida Business Consulting specializing in marketing techniques that boost brand loyalty, the direct sales and marketing specialist is putting pressure on industry leaders to focus on brand loyalty in 2018 to boost customer retention. PR Newswire; New York [New York]21 Dec 2017. Detalles Texto completo Vista

2. THE PARCELING OF LOYALTY: BRAND QUALITY, BRAND AFFECT, AND BRAND TRUST EFFECT ON ATTITUDINAL LOYALTY AND BEHAVIORAL LOYALTY Soedarto, Teguh; Kurniawan, Gigih Septian Aryo; Sunarsono, Rifan Jefri. Academy of Strategic Management Journal; Arden Tomo 18, N.º 1, (2019): 1-15. Resumen/detalles Texto completo Texto completo - PDF (340 KB) Vista

3. Modelling the influence of green brand image on brand loyalty in technology products: Relationships among green brand image, brand identification, perceived value and brand loyalty Kuo, Hui-yi. Alliant International University. ProQuest Dissertations Publishing, 2012. 3544331. Resumen/detalles Vista previa Texto completo - PDF (1 MB) Pedir una copia Citado por (2) Referencias (88) Vista

4. (Callout pointing to the 'Texto completo - PDF' link in the third result)

1.- Datos identificativos abreviados del documento. Autor, título del documento, fuente, año de publicación, etc.

2.- Vista. Nos permite ver todos los datos identificativos del documento.

3.- Resumen/detalles. Para visualizar la cita y el resumen del documento

4.- Texto completo. Cuando el registro bibliográfico contenga estos enlaces, podremos acceder al texto completo del documento, ya sea en formato PDF o HTML.

6.- GESTIÓN DE LOS RESULTADOS: IMPRIMIR, EXPORTAR, ENVIAR POR E-MAIL, CITAR, ETC.

Conforme vamos seleccionando registros bibliográficos de la pantalla de resultados, estos se van almacenando en un espacio virtual temporal llamado “entradas seleccionadas”. Desde ahí podremos enviarlos por e-mail, guardarlos en el ordenador, imprimirlos o exportarlos.

1. (Callout pointing to the top right navigation bar)

2. (Callout pointing to the 'Seleccionar entradas 1 - 4' checkbox)

3. (Callout pointing to the 'Guardar en Mi cuenta' button)

4. (Callout pointing to the 'Eliminar' button)

5. (Callout pointing to the 'Consejo' box)

6. (Callout pointing to the 'Entradas seleccionadas' header)

Entradas seleccionadas

✓ Seleccionar entradas 1 - 4

1. Konica Minolta Again Ranked #1 in Brand Loyalty in Brand Keys' 2019 Customer Loyalty Engagement Index: Company Remains Leading Brand for Customer Loyalty in MFP Copier Category for Twelfth Consecutive Year NASDAQ OMX's News Release Distribution Channel; New York [New York]22 Jan 2019. Detalles Texto completo Vista Guardar en Mi cuenta Eliminar

2. THE PARCELING OF LOYALTY: BRAND QUALITY, BRAND AFFECT, AND BRAND TRUST EFFECT ON ATTITUDINAL LOYALTY AND BEHAVIORAL LOYALTY Soedarto, Teguh; Kurniawan, Gigih Septian Aryo; Sunarsono, Rifan Jefri. Academy of Strategic Management Journal; Arden Tomo 18, N.º 1, (2019): 1-15. Resumen/detalles Texto completo Texto completo - PDF (340 KB) Vista Guardar en Mi cuenta Eliminar

Consejo

Cuando tiene una cuenta del Área personal, puede guardar documentos en ProQuest para usarlos en el futuro haciendo clic en "Guardar en el Área personal". Más información

- 1.- **Entradas seleccionadas.** Espacio que ofrece la base de datos para almacenar los registros seleccionados mientras dura la sesión.
- 2.- **Guardar en área personal.** Espacio privado para almacenamiento y gestión de los resultados. Previamente, nos tendremos que dar de alta con nombre de usuario y contraseña.
- 3.- **Eliminar.** Para eliminar los registros bibliográficos.
- 4.- **Citar.** Se pueden elegir diferentes formatos de citas y referencias.
- 5.- **Enviar por e-mail.** Permite enviar por e-mail los registros guardados.
- 6.- **Opciones para guardar.** Recoge todas las opciones para guardar las entradas o registros bibliográficos como **imprimir**, **exportar a gestores bibliográficos** y **guardar** en formatos PDF, XLS, TXT o RTF.

7.- TESAURO

Se trata de un listado de términos controlados que identifican el contenido de un documento, siendo muy útil si queremos realizar búsquedas sobre un tema determinado. Pinchando en el enlace tesauro se abrirá una nueva ventana para buscar el término que mejor define el contenido de lo que queremos buscar.

Sociological Abstracts

Búsqueda básica | **Búsqueda avanzada** | Publicaciones | Examinar | Acerca de | Cambiar bases de datos

Búsqueda avanzada | Línea de comandos | Búsquedas reciente | **Tesauro** | Códigos de campo | Consejos de búsqueda

brand en Título del documento – TI

AND | loyalty en Título del documento – TI

Añadir fila

ProQuest Thesaurus

Términos de búsqueda: **Buscar**

☒ Contiene palabra(s) ☐ Comienza por

Examinar términos: **A** B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

Haga clic en un término de la lista siguiente para ver los términos específicos, genéricos y relacionados disponibles. [Más información](#)

Términos de materia encontrados: [- notas](#)

Bachelors degree ☐ Bad debts ☐ Balance sheets ☐ Bank accounts ☐ Bank acquisitions & mergers ☐

- 1.- Formulario para búsqueda términos.
- 2.- Búsqueda de términos ordenados alfabéticamente.
- 3.- Árbol de términos del tesaurus.

8. CREACIÓN DE ALERTAS Y RSS

Alertas

Como valor añadido, Sociological Abstracts permite la creación de alertas de tal forma que, cuando se incorporen nuevos registros a la base de datos, podamos recibir por correo electrónico aquellos que se ajustan a la búsqueda que tengamos predefinida.

ProQuest
Sociological Abstracts

Búsqueda básica Búsqueda avanzada Publicaciones Examinar Acerca de Cambiar bases de datos

ti(brand) AND ti(loyalty)

1,580 resultados

Modificar búsqueda Búsquedas recientes Guardar búsqueda/alerta

Ordenar por Relevancia

Limitar a
☐ Texto completo
☐ Artículos evaluados por expertos

Seleccionar 1-20 4 entradas seleccionadas Borrar

1 Florida Business Consulting Putting Pressure On Industry Leaders To Focus Brand Loyalty In 2018: Brand loyalty is the Holy G businesses. With Miami-based Florida Business Consulting specializing in marketing techniques that boost brand loyalty, the d marketing specialist is putting pressure on industry leaders to focus on brand loyalty in 2018 to boost customer retention. PR Newswire; New York [New York]21 Dec 2017.

Detalles Texto completo

Guardar búsqueda
Crear alerta
Crear RSS
Get search link

Crear alerta

Cree y planifique alertas para entregar nuevos documentos que coincidan con su búsqueda en cuanto estén disponibles en ProQuest.

Cree un perfil de [Mi cuenta](#) para modificar, eliminar o ver todas sus alertas.

Obligatorio *

Paso 1: revise los detalles de la búsqueda

Nombre esta alerta: *

Búsqueda: ti(brand) AND ti(loyalty)

Bases de datos: ABI/INFORM Collection

Paso 2: defina el correo electrónico para las alertas

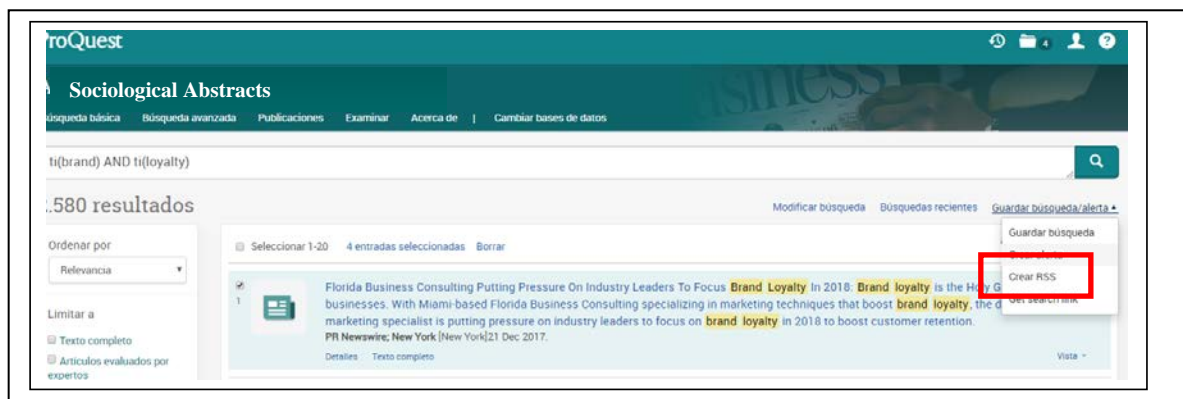
Enviar a: *

La dirección de correo electrónico registrado se usará para enviar sus alertas únicamente.

Asunto: ti(brand) AND ti(loyalty)

RSS

El RSS cumple la misma función que las alertas ya que también informan sobre la incorporación de nuevos documentos pero el acceso es más flexible. Se pueden suscribir a un lector de RSS o en una página Web.



Crear RSS

El RSS le notificará automáticamente cuando haya nuevos documentos disponibles.
[Más información](#)

Revisar detalles de la búsqueda

Obligatorio *

Nombre:

Búsqueda:

Bases de datos:

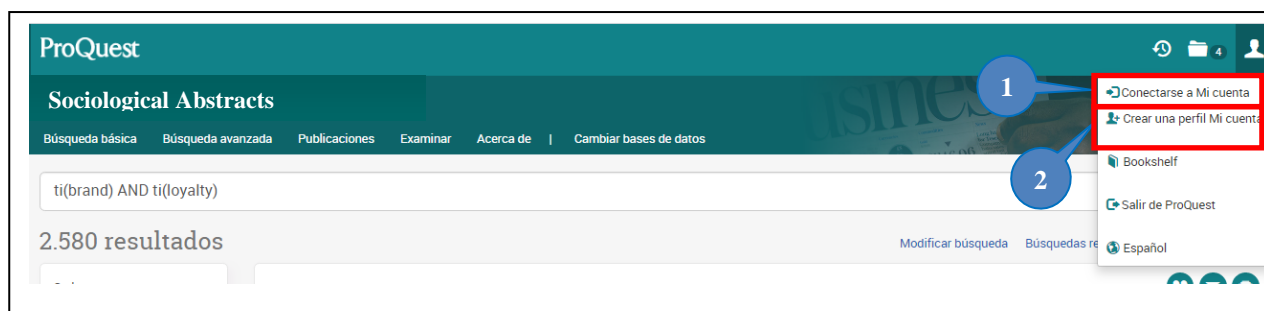
Defina sus preferencias RSS

Incluir detalles de búsqueda: ☐ Sí ☒ No

Incluir: ☐ Solo nuevos documentos publicados
☒ Documentos añadidos recientemente, incluidas las entradas históricas.

9. ÁREA PERSONAL

La plataforma Proquest permite guardar las búsquedas y resultados en un espacio propio de manera permanente. Pero es necesario registrarse previamente. Se recomienda hacerlo.



1. Si estás registrado. Usuario y contraseña.

2. Si no estás registrado. Para crearse una cuenta.